Trafikförvaltningen
Kommunikation och försäljning

INFORMATIONSÄRENDE
2026-01-08

Ärende
TN 2025-1256

Infosäkerhetsklass
K1 (Öppen)

Handläggare
Suss Forssman Thullberg

Sjötrafikutskottet
2026-02-16

Information om att nyttja sjötrafikens resenärsmiljöer för marknadsföring av besöksmål

Sammanfattning

I samband med budget 2025 (RS 2024–0217, TN 2025–0602), gavs förvaltningen i uppdrag att utreda möjligheterna att nyttja sjötrafikens resenärsmiljöer för marknadsföring av besöksmål. Förvaltningen har inom ramen för uppdraget genomfört en omvärldsanalys, sett över gällande avtalsförutsättningar samt gjort en samlad bedömning utifrån grundläggande principer om likabehandling, konkurrensneutralitet samt avtals- och upphandlingsskyldighet.

Mot bakgrund av dessa överväganden bedömer förvaltningen att sådana initiativ som regel inte är förenliga med gällande regelverk och förvaltningens uppdrag.

Bakgrund

Förvaltningen har inom ramen för uppdraget genomfört en omvärldsanalys av hur motsvarande frågor hanteras av andra regionala kollektivtrafikmyndigheter. Analysen visar att liknande aktörer tillämpar restriktiva och tydligt avgränsade modeller, där kommersiell exponering som huvudregel hanteras inom befintliga avtalsstrukturer eller genom redaktionellt innehåll med kollektivtrafikmyndigheten som avsändare.

Som exempel kan nämnas att Västtrafik inte upplåter ytor för denna typ av användning annat än genom sin kontrakterade reklamförmedlare. Vidare kan konstateras att Skånetrafiken tillhandahåller restips i sina egna infotainmentkanaler, med Skånetrafiken som avsändare. Utformning av såväl innehåll som budskap sker inom ramen för den egna organisationen, och några reklamavtal som begränsar detta finns inte.

Förvaltningens reklamytor i trafikmiljöer omfattas av rådande avtal med externa reklamentreprenörer. Upplåtelse eller användning av sådana ytor utanför avtalens ram är inte förenlig med ingångna åtaganden.
Övriga ytor i trafikmiljön är avsedda för trafikinformation och används uteslutande för detta ändamål.

Förvaltningen har i dialog med berörda regionala aktörer konstaterat att den mest ändamålsenliga och aktuella informationen om besöksmål tillhandahålls via aktörernas egna kanaler, där informationen kan hållas uppdaterad och nå resenärer inför reseplanering.

Genomförda och pågående åtgärder inom ramen för uppdraget
I samband med det budgetuppdrag som avser öppnande av terminalerna i Vaxholm och vid Strömkajen från och med 2026 pågår ett övergripande arbete med att se över terminalernas funktion och innehåll.

Inom ramen för detta kan frågor om resenärsinformation komma att beaktas, i syfte att säkerställa en ändamålsenlig, sammanhållen och resenärsorienterad informationsmiljö. Eventuella ställningstaganden avseende utformning, innehåll och användning av ytor prövas i sedvanlig ordning mot gällande regelverk, avtalsförutsättningar och förvaltningens uppdrag.

Möjligheten att nyttja sjötrafikens fysiska och digitala resenärsmiljöer för kommunikation och marknadsföring styrs av gällande reklamavtal, genom vilka trafikförvaltningen upplåter ensamrätt till en reklamentreprenör att tillhandahålla och sälja reklamytor för kommersiella ändamål i trafikmiljöerna.

Den 1 januari 2026 träder ett nytt reklamavtal för resenärsfordon i kraft. I ett inledande skede innebär detta att befintliga reklamytor på pendelbåtsfartygens utsidor fortsatt kan nyttjas för annonsering.

Inom ramen för det nya avtalet kommer det därutöver att utredas och successivt införas digitala reklambärare ombord på fartyg i sjötrafiken. Avtalet medger även, efter samråd med reklamentreprenören, att ytterligare ytor inom Waxholmsbolagets trafik kan omfattas av uppdraget.

I den nya upphandlingen av skärgårdstrafiken har trafikförvaltningens reklamavtalsförvaltning medverkat i syfte att säkerställa att tekniska och avtalsmässiga förutsättningar finns för att aktivera reklamytor ombord på fartygen.

De aktörer inom besöksnäringen som avses i budgetuppdraget kommer därmed, i förekommande fall, att kunna köpa annonsutrymme genom trafikförvaltningens reklamentreprenör, Bauer Media Outdoor, som är avtalspart i nuvarande reklamavtal och även i det nya avtal som löper från den 1 januari 2026 och sju år framåt.

Parallellt har trafikförvaltningen inlett ett samarbete med Skärgårdsstiftelsen och Stockholm Archipelago i syfte att bidra till uppdraget om säsongsförlängning i skärgården. I den gemensamma analysen har parterna utgått från besökarens så kallade kundresa och konstaterat att olika typer av kommunikation har betydelse i olika skeden av beslutsprocessen. Information om boende, restauranger och övriga faciliteter vid besöksmål behöver tillhandahållas tidigt i processen, då denna är avgörande för valet av destination. Sådan information bedöms mest ändamålsenligt tillhandahållas via aktörernas egna digitala plattformar samt genom externa söktjänster, där Skärgårdsstiftelsen och Stockholm Archipelago i dagsläget har väl utvecklade och uppdaterade lösningar.

Trafikförvaltningens bidrag inom ramen för detta samarbete har huvudsakligen inriktats på att genom bred och generell kommunikation bidra till ökat resande till skärgården som helhet och därigenom stödja målet om säsongsförlängning. I detta syfte har en gemensam kampanj genomförts, vilken varit synlig i SL-trafiken samt i digitala kanaler från mitten av augusti.

Det samlade resandet i skärgårdstrafiken, mätt som både resor med SL-biljetter och biljetter i Waxholmsbolagets trafik, har ökat under sommarsäsongen. I september 2025 uppgick antalet valideringar till totalt cirka 101 600, att jämföra med cirka 37 800 i september 2024.

Även om det inte är möjligt att isolera effekterna av enskilda åtgärder, bedöms genomförda kommunikationsinsatser sammantaget ha bidragit till att attrahera fler och nya besökare till skärgården.

Principiella förutsättningar för trafikförvaltningens samverkan med externa aktörer

Förvaltningens verksamhet ska bedrivas i enlighet med gällande lagstiftning, regionens styrande dokument samt grundläggande förvaltningsrättsliga principer.

Detta innebär att förvaltningens resurser, miljöer och kanaler endast kan nyttjas av externa aktörer under former som är rättssäkra, konkurrensneutrala och transparenta.

Vid överväganden om samverkan med enskilda aktörer utan avtal eller föregående upphandling gäller följande principiella utgångspunkter.

Likabehandling

Förvaltningen ska tillämpa principen om likabehandling, vilket innebär att externa aktörer inte får särbehandlas eller ges selektiva fördelar.

Åtgärder som innebär att enskilda näringsidkare eller besöksmål ges tillgång till förvaltningens resenärsmiljöer, ytor eller kommunikationskanaler för marknadsföringsändamål kan, om de inte är generellt tillgängliga på lika villkor, strida mot denna princip.

I praktiken medför detta att initiativ som inte kan erbjudas samtliga relevanta aktörer på objektiva och förutbestämda villkor inte är förenliga med förvaltningens uppdrag.

Konkurrensneutralitet

Som offentlig aktör ska förvaltningen agera konkurrensneutralt. Förvaltningens agerande får inte påverka marknaden på ett sådant vis att vissa aktörer gynnas framför andra.

Marknadsföring eller exponering av enskilda besöksmål eller kommersiella verksamheter inom ramen för förvaltningens resenärsmiljöer riskerar att utgöra ett konkurrenssnedvridande stöd, särskilt i de fall där förvaltningens ställning och räckvidd kan ge åtgärden en betydande marknadspåverkan.

Sådana åtgärder kan därför inte genomföras utan en tydlig rättslig grund och en strukturerad hantering i enlighet med tillämpligt regelverk.

Avtals- och upphandlingsskyldighet
När förvaltningen upplåter nyttjande av ytor, tjänster eller kommunikationskanaler till externa aktörer aktualiseras som huvudregel krav på avtal och, i förekommande fall, upphandling.

Samverkan utan avtal eller föregående upphandling kan endast komma i fråga i mycket begränsade undantagsfall. Förutsättningarna för sådana undantag är snäva och förutsätter att åtgärden saknar ekonomiskt värde, inte innebär ett selektivt gynnande och inte kan uppfattas som marknadsföring eller kommersiell exponering av enskilda aktörer. I annat fall ska samverkan formaliseras genom avtal och hanteras inom ramen för upphandlingsregelverket.

Samlad bedömning
Mot bakgrund av ovanstående bedömer förvaltningen att möjligheterna att ingå samverkan med enskilda aktörer utan avtal eller upphandling är starkt begränsade.

Initiativ som syftar till att nyttja förvaltningens resenärsmiljöer för marknadsföring av specifika besöksmål eller näringsidkare ryms som regel inte inom dessa ramar.

Förvaltningen ska därför tillämpa ett restriktivt och principfast förhållningssätt i denna typ av frågor, i syfte att säkerställa rättssäkerhet, konkurrensneutralitet och ett ändamålsenligt nyttjande av offentliga resurser.

Underlag

- Informationsärende TN 2025–1256 avseende uppdrag om att nyttja sjötrafikens resenärsmiljöer för marknadsföring av besöksmål

Erik Norling
Förvaltningschef

Suss Forssman Thullberg
Avdelningschef